

运管处工作计划 区域销售年度工作计划(精选5篇)

计划是指为了实现特定目标而制定的一系列有条理的行动步骤。计划书写有哪些要求呢？我们怎样才能写好一篇计划呢？下面我帮大家找寻并整理了一些优秀的计划书范文，我们一起来看看吧。

运管处工作计划 区域销售年度工作计划篇一

20xx年公司成立市场部，它是公司探索新管理模式的重大变革。但在经过一年之后，市场部成为鸡肋，嚼之无味，弃之可惜；市场部除了做了很多看起来似是而非的市场活动，隔靴搔痒的市场推广，就是增加了很多直接或间接的费用，而看起来对市场没什么帮助。

但在公司领导高层的支持和我们不断地学习中，在后几个月的工作中也探索我们的生存和发展之路，在与各分公司的市场活动，公司资源整合过程中，不断进步。

1、明确工作内容

首先就必须让市场部从围绕销售部转、担当销售内勤的角色中快速转变过来，从事务型的办公室职能里解脱出来，真正赋予市场部战略规划、策略制定、市场调研、产品开发等基本的岗位职能，以消费者需求为中心，根据不同的市场环境，对市场运作进行策划及指导。

2、驻点营销

驻点市场的推行既锻炼、提升市场部人员自身，又贴身服务了一线业务人员，市场部只有提供了这种贴身、顾问、教练式的全程跟踪服务，市场部才能彻底改变一线人员对其的片

面看法。

市场部驻点必须完成六方面的工作：

a□通过全面的调研，发现市场机会点，并针对性地拿出市场提升方案；

c□指导市场做好终端标准化建设，推动市场健康稳定发展；

d□针对性地制定并组织实施促销活动方案，对市场促销、费用及政策使用情况进行核查与落实，发现情况及时予以上报处理。

e□及时全面宣贯公司政策，提升一线人员的战斗力；

3、与销售部强强联合，成立品牌小组

市场部要在市场一线真正发挥作用，除了调整市场部定位及提升市场部自身服务水平外，还离不开销售部门的支持和配合。如果得不到市场一线的认可 and 有效执行，即使再好的方案，最终也只能是一纸空文。由市场部和销售部两部门的主管和骨干组成品牌小组，由市场部确定活动企划方案，再由品牌小组成员发表意见，主要对方案提出看法和改进建议，对于需进一步修改完善的方案，由市场部负责调整；对于会议讨论通过的方案，交销售部执行，由品牌小组负责跟踪执行进度和效果。而公司的态度和做法，决定了市场部能否与销售部实现共融和共荣。

1、合理配置人员：

a市场信息管理员一名负责市场调查、信息统计、市场分析工作。

b策划人员一名负责新产品推广策划、促销策划、广告语提炼

和资料汇编□c宣传管理员一名负责宣传方案制定、广告宣传活动现场执行。

2、充分发挥人员潜力，强调其工作中的过程控制和最终效果。

3、严格按照公司和营销部所规定的各项要求，开展本部门的工作，努力提高管理水平使市场部逐步成为执行型的团队。

4、协调部门职能，主动为各分公司做好服务工作。

1、竞争激烈

运管处工作计划 区域销售年度工作计划篇二

1□20xx年全年完成计划的计划，任务分解分析。

2、保障完成任务的方式：

1) 用服务打动顾客，维护好老顾客。

2) 增强导购的销售技巧：加强培训，能正确运用到实际销售中。增加店里的骨干力量。

3) 统一思想，紧盯目标任务不放松，劲往一处使，

4) 加强宣传，增加新的客源。

5) 优化库存，加强导购的断货意识。

6) 多了解适时社会团队活动，抓住时机，挖掘潜在的团购顾客。

7) 公司要搞得一些活动我们尽力抓住机会提升销量。

营销计划

1□20xx年全年促销计划：三八妇女节：以旧换新的活动基础上有有利于女人的活动（如：三八当天买女裤可以享受抽奖活动）五一：随公司的活动。父亲节、母亲节：节日当天为父母买裤子的顾客由百圆裤业为他父母送出的一份礼品。

2、全年顾客管理

a□vip顾客管理：

- 1) 节假日、生日送祝福；
- 2) 换季时有新品到店首先及时通知；
- 3) 公司有活动及时通知；
- 4) 把经常消费、很多人用一张卡的顾客分类管理

b□普通顾客管理：尽快让普通顾客晋升成vip□（经常提醒顾客差多少分就可以晋级了）

c□特体顾客管理：

d□团购顾客管理：

- 1、区域经理所要开发课程（3—4个课题）
- 2、全年12次的培训计划。
- 3、区域四个季度的内训计划
- 4、店内不同岗位的货品培训计划

1、区域各店分价位、断货、新品的不同陈列推广计划。（附表）

2、如何定义区域内各店的产品定位，产品差异化的分析。（附表）

运管处工作计划 区域销售年度工作计划篇三

1□20xx年全年完成任务的计划，任务的分解分析。

2、保障完成任务的方式：

1) 用服务打动顾客，维护好老顾客。

2) 增强导购的销售技巧：加强培训，能正确运用到实际的销售中。增加店里的骨干力量。

3) 统一思想，紧盯目标任务不放松，劲往一处使，

4) 加强外围宣传，增加新的客源。

5) 优化库存，加强导购的断货意识。

6) 多了解适时社会团队活动，抓住时机，挖掘潜在的团购顾客。

7) 公司要搞得一些活动我们尽力抓住机会提升销量。

营销的计划

1□20xx年全年促销计划：三八妇女节：以旧换新的活动基础上有有利于女人的活动（如：三八当天买女裤可以享受抽奖活动）五一：随公司的活动。父亲节、母亲节：节日当天为父母买裤子的顾客由百圆裤业为他父母送出的一份礼品。

2、全年顾客的管理

a□vip顾客的管理：

- 1) 节假日、生日送祝福短信；
- 2) 换季时有新品到店首先及时通知；
- 3) 公司有活动及时通知；
- 4) 把经常消费、很多人用一张卡的顾客分类管理

b□普通顾客的管理：尽快让普通顾客晋升成vip□（经常提醒顾客差多少分就可以晋级了）

c□特体顾客的管理：

d□团购顾客的管理：

1、区域经理所要开发课程（3—4个课题）

2、全年12次的培训计划。

3、区域四个季度的内训计划

4、店内不同岗位的货品培训计划

1、区域各店分价位、断货、新品的不同陈列推广计划。（附表）

2、如何定义区域内各店的产品定位，产品差异化的分析。（附表）

运管处工作计划 区域销售年度工作计划篇四

1□“xxx”品牌的战略定位：细分市场一线品牌、大饮料行业二线品牌。

2□20xx年市场目标：开辟城市区域市场120个；年销售额5000万元以上。

3、按照“xxx”品牌的战略定位和20xx年市场目标，结合现有的资源状况，我们确立了一种“混合营销”模式：试销+区域样板市场+区域独家经销。

4、省外市场以省级经理为责任单位，省内市场以片区经理为责任单位，省内市场片区经理等同于省外市场的省级经理。下同。省内市场的直供渠道归“xxx”招商部管理。

5、公司要求每位省级经理都必须成为经销商的“投资顾问”。因此，帮助经销商成功做好试销、经销和区域样板市场的启动和销售工作，确保经销商首批进货额的成功销售，是每位经理的职责所在。

6、本方案内容分为两个部分，市场费用控制和产品策略等内容为指令性规定，市场运作模式为指导性意见。本方案自公布之日起执行。

7、本案附件为《xxx区域市场费用使用规范》《xxx产品知识》《xxx区域市场促销方案》《xxx终端广告工具》《xxx区域市场管理表格》等。

一、试销

1、试销区域：全国任何城市，凡是符合经销商要求的企业均可试销。试销区域以城市为单位。全国一级市场的试销，月购买量达到一定范围（如每月销量为10万元）时，要控制货

品流向。

2、目的和目标：试销为了经销，一要确保经销商在试销中获得利益（至少能看得见利益），二要为经销商总结一套成功的市场模式。新老经销商均可参与试销。以地级市场为单位，每城市市场可寻找3家左右的经销商进行试销。说明：未来每城市只能选一家独家经销商，其他参与试销的经销商可整合为分销商。

3、进货额度：最低1万元，最高2万元。确保经销商的投资安全。

4、物料配比：公司将根据经销商首批进货金额，免费配比促销物料。单页5000份，牙签盒1000个，海报500*2张，餐饮终端合作书500张，不干胶贴200张□vcd广告工具光盘一个□dvd电视广告光碟一个。非首额的宣传物料和助销品按成本价销售给乙方。

5、试销奖励：试销的目的是为了帮助试销的经销商成为该区域独家经销商。因此，必须进行市场试验工作。为奖励试销者的市场试验，厂家返还进货额的20%货品，用于市场促销试验。如商家不能提供试销试验资料，在后续进货中厂家有权将该额度的货品扣回。

6、试销方案：设定进货额完成销售的时间目标为2个月左右；省级经理和经销商一道确定试销终端规划（包括铺货终端、促销终端）；省级经理必须关注每个试销经销商的销售进度（以15天为一个期限提交报告），至1个月时如销售未有起色，则必须拿出改进方案；如销售获得成功，也要按月总结经验。

7、试销工作程序：寻找经销商——认知产品并产生兴趣——鼓励直接成为独家经销商——如暂时还没有信心，可进行试销——确定试销额度——对经销商终端（餐饮+商超）效能进行评估——按照2个月内完成进货额销售的目标制定试销终端

（餐饮+商超）规划——确定组织公司制定的促销方案的终端数量（商超：堆头，免费品尝□pop□单页；餐饮：好口彩摸奖促销），要求□ka堆头促销、散发单页不少于1家□b类商超堆头、免费品尝、散发单页不少于3家，社区店张贴海报、散发单页不少于5家。餐饮终端大酒店摸奖促销、派发单页、名片不少于1家，中档酒楼摸奖促销、派发单页、名片不少于2家，社区餐饮海报张贴不少于5家 ——对上述终端进行终端效能评估、促销效果评估，提交半月度报告——市场诊断、拾遗补缺，确保成功——协调经销商签订独家经销协议——后续开发工作跟进。

8、试销的两个关键点：一、如何找到所需要的终端质量和数量。经销商未必一开始就拿出最好的终端来试销，要计算该终端的费用和效能之间的投入与产出比。在条件容许的情况下，找到试销所需要的终端，以确保进货额的销售。二、如何确保促销工作的执行到位。要和经销商充分沟通，要督促经销商将促销落实到人、财、物上。明确的告诉经销商：最后确立独家经销商，一要看你的网络范围、实力，二要看你的促销工作如何。

9、试销结束和独家经销开始：试销工作过程中，招商部依据省级经理的半月度报告，对各试销经销商进行评估，再根据经销商的独家经销意愿、网络范围和实力，确立独家经销商并提出相应的经销商资源整合方案。一当确立独家经销商，试销就宣告结束。

如两到三个月后，仅有1家试销者且他又不愿意签订独家经销协议，可继续试销1轮。公司也继续在当地招商。

全国一级市场因为经销时机不成熟需要继续试销的，则继续试销政策。但月购买量达到10万元以上时，公司也指派专人（省级经理）控制该区域货品流向。

运管处工作计划 区域销售年度工作计划篇五

经过在公司两年多的工作和学习，我对大中连锁经营的模式有了更加深入的了解，也感悟到了很多，在大中这个大家庭中，领导的帮助，团队的氛围，使我有机会学习并提高自身素质，以及连锁店的综合管理能力。

如果我是一名店长，我认为我的个人优势在于：做好店长工作计划，有较强的学习和适应能力，理解能力强，组织能力精，沟通能力好。当然我也有不足的方面，例如：经验不足，所以我还要多多的向各位同仁学习，但我也具备了店长的基本素质：我爱岗敬业，工作踏踏实实、一丝不苟、不弄虚作假，每次遇到困境和难处我总是自我效验，从不怨天尤人，同时也具备了店长应具备的才能，我有严于律己、诚信为本的优良品质，我信奉诚实待人、严于律己的处世之道。

我曾经在多个门店工作过，既要维护高层的权威，又要同店长、经理、管帐和员工相处融洽。正因为我有良好的人格魅力和做人宗旨，与共事的同仁们建立了深厚的感情，到旧宫店工作以来我在日常生活和工作中，不断加强个人修养和专业知识的磨砺，以勤勤恳恳做事为信条严格要求自己。

为了我所在门店的正常发展，我想公司能做到有法可依，我定会做到有法必依，执法必严，违法必纠，我会在第一时间理解好公司所下达的各项指令，以最快的速度下达到店内各部门，并督促各部门渐渐落实到位且不能形式化，要具体落实到每个人、每个点，让部门连成一条线，门店组成一个网，公司展开一个面，也就是说让点连起来成线，线组起来成网，网叠起来成面。我想也只有面扑开了，公司才能更快的发展，更加的强大。

经常与我店周边地区并且与店内经营相关的地方政府及相关部门沟通“如：城管、派出所及我店所在的物业部门”，为今后我店在店外搞各种促销活动需要帮助时创造良好的条件。

即是眼睛向下看，从小事踏踏实实做起，为今后的工作打下良好的基础。

经常与各部门经理、员工及促销交流，了解店内及店外自己所不知道并且与店内正常销售息息相关的情况，真正做到取他人之长，避己之短。

即任何未曾经历过的事情一定要了解这件事的过程与结果，真正了解了才会把这件事做的更加完美，所以对于工作当中所遇到的任何问题我都要了解这件事的过程与结果，分析利弊才能实施。

总结过往经验，将未曾做好的事情吸取教训，已经成功的事情寻找实施时的不足，把这些经验投入到以后的工作中去。

除上述几点以外我认为以下两点也非常重要。

店内日常小事常抓不懈，才能为店面经营管理奠定良好的基础，所以店面行政管理应放在首位。

1、建立逐级管理制度，岗位职责分工细化，自上而下。使工作事事有人管，件件能落实，防止死角现象的出现。

2、注重店内人员的培训工作，培养员工、销售人员的集体荣誉感和主人翁意识，以店为荣，让每位员工、销售人员充分发挥各自的潜能，使之具有爱岗敬业、服务热情周到、懂业务、会管理的高素质人才。

3、建立分明的奖惩制度，以激励和约束员工、销售人员的工作，使全店成为一支团结协作的集体，在竞争中立于不败之地。

4、利用各种合理的、能够利用的条件，创造、布置良好的店面环境，树立良好的商业形象，尽最大努力使顾客在布局合

理、宽松、优美、整洁的环境中享受购物的乐趣。

5、以“为您服务我最佳”为宗旨，在提高人员服务水平，加强服务意识教育的同时，注重员工、销售人员的言、谈、举止等综合素质的提高，更好的全心全意为顾客着想，减少投诉。

6、重视安全保卫工作，防火、防盗，将危险隐患消灭在萌芽之中，杜绝因此给公司带来不必要的损失。

7、创造良好的外围环境，协调好与政府部门的合作关系，以减少不必要的麻烦。

1、加强商品进、销、存的管理，掌握规律，提高商品库存周转率，不积压商品，不断货，使库房商品管理趋于科学化、合理化。

2、明确全店销售目标，将销售任务细化、量化，落实到每个部门、品牌、人员，并进行相关的数据分析。

3、在节假日上做文章，积极参与公司的各项促销活动，及店内的各项活动，充分做好宣传及布置的工作。

4、抓好大宗、集团购买的接待工作，做好一人接待，全面协调，让顾客感到方便、快捷的服务。

5、知己知彼，通过市场调研，分析总结存在的差距，及时调整，以顺应市场的发展变化，提高市场占有率。

6、尽可能的降低成本，开源节流，以减少开支。

以上是我对店内管理的一些设想，如有不足之处希望各位领导加以指正，如果公司领导能够提供这个平台给我，我会用我的努力与勤奋，交上一份优秀的工作成绩单，证明您们的

决定是对的，我决不会辜负领导们的信任与期望，我会用我在工作中所学的知识更好的为公司努力工作，我相信“月亮发光是为了证明太阳的存在”公司发展才能映照出我的进步。所以我会在以后的工作中更加努力，更加勤奋。